

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати**

БЕЛЬСКИЙ
Виталий Вячеславович

**МЕДИЙНОЕ МИФОТВОРЧЕСТВО В СОЗДАНИИ
ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО ПИСАТЕЛЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор филологических наук
профессор Л.Д. Синькова

Допущено к защите
протоколом №10 от 21.05.2015 г.
Зав. кафедрой периодической печати,
кандидат филологических наук, доцент _____ О.М.Самусевич

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа с. 55, 3 ч., 28 источников.

Ключевые слова: МЕДИА, МИФ, МИФОТВОРЧЕСТВО, ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ, ПИСАТЕЛЬ, ПОЭТ, ПУБЛИЦИСТИКА, НАЦИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА.

Авторитет, репутация, политический имидж современного писателя особенно очевидно зависят от того, каким образом его личность и творчество освещаются в СМИ. Безусловно, исходные факты его жизни, реальное содержание его книг – это основа для формирования любых представлений о нем. Однако имидж, тем более – политический имидж – это всегда активная символизация фактов действительности, причем энергично и адресно транслируемая публике.

Актуальность данной работы состоит в том, что в настоящее время благодаря повсеместному внедрению медиатехнологий в нашу жизнь не только публичным персонам, но и вообще каждому современному человеку необходимо тщательно контролировать процесс формирования своего имиджа. А в этом как нельзя лучше поможет изучение сформировавшихся и формирующихся имиджей определённых медийных персон.

Цель данной работы – изучить модификации политического имиджа писателя, связанные с мифотворчеством, на примерах писательской публицистики и художественных текстов.

Методы исследования: анализ литературы, аналогия, метод обобщения и синтез.

Объект исследования – тексты авторитетных белорусских и русских писателей с яркими имиджами: З. Прилепина, С. Шаргунова, В. Короткевича, А. Сыса, а также тексты в СМИ о них.

Предмет исследования – мифологизация как соотношение факта и вымысла при создании политического имиджа писателя в публицистике и художественных текстах.

Анализ имиджей З. Прилепина, С. Шаргунова, В. Короткевича и А. Сыса позволил выявить сходства и различия в формировании образов каждого из представленных писателей. В процессе работы были определены особенности медийного мифотворчества писателей в России и Беларуси.

Данная дипломная работа выполнена автором самостоятельно.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца 55 старонак, 3 часткі, 28 крыніц.

Ключавыя словы: МЕДЫЯ, МІФ, МІФАТВОРЧАСЦЬ, ПАЛІТЫЧНЫ ІМІДЖ, ПІСЬМЕННІК, ПАЭТ, ПУБЛІЦЫСТЫКА, НАЦЫЯНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА

Аўтарытэт, рэпутацыя, палітычны імідж сучаснага пісьменніка асабліва відавочна залежаць ад таго, якім чынам яго сабоду і творчасць асвятляюць СМІ. Безумоўна, зыходныя факты яго жыцця, рэальны змест яго кніг – гэта аснова для фарміравання любых уяўленняў пра яго. Аднак імідж, тым больш – палітычны імідж – гэта заўсёды актыўная сімвалізацыя фактаў рэчаіснасці, прычым энергічна і адрасна трансляваных публіцы.

Актуальнасць дадзенай работы заключаецца ў тым, што ў цяперашні час дзякуючы паўсюднаму ўкараненню медыя тэхналогій у нашаму жыцці не толькі публічным персонам, але і наогул кожнаму сучаснаму чалавеку неабходна старанна кантраляваць працэс фарміравання свайго іміджу. А ў гэтым як нельга лепш дапамагавывучэння ўнутраных іміджаў пэўных медыйных персон.

Мэта дадзенай працы – вывучыць мадыфікацыі палітычнага іміджу пісьменніка, звязаныя з міфатворчасцю, на прыкладах пісьменніцкай публіцыстыкі і мастацкіх тэкстаў.

Метады даследавання: аналіз літаратуры, аналогія, метада багульнення і сінтэз.

Аб'ект даследавання – тэксты аўтарытэтных беларускіх і рускіх пісьменнікаў з яркімі іміджамі: З. Прылепіна, С. Шаргунова, В. Караткевіча, А. Сыса, а таксама тэксты ў СМІ пра іх.

Прадмет даследавання – міфалагізацыя як суадносіны факту і выдумкі пры стварэнні палітычнага іміджу пісьменніка ў публіцыстыцы і мастацкіх тэкстах.

Аналіз іміджаў З. Прылепіна, С. Шаргунова, В. Караткевіча і А. Сыса дазволіў выявіць падабенства і адрозненні ў фарміраванні вобразаў кожнага з прадстаўленых пісьменнікаў. У працэсе работы былі вызначаны асабліва сцімедыянай міфатворчасці пісьменнікаў у Расіі і Беларусі.

Дадзенае дыпломнае праца выканана аўтарам самастойна.

ABSTRACT

Thesis 55 p., 3 charts, 28 of the sources.

Keywords: MEDIA, MYTH, MYTH-MAKING, POLITICAL IMAGE, WRITER, POET, PUBLICISM, NATIONAL CULTURE

The authority, reputation, political image of the modern writer is particularly evident depend on how his personality and creativity of media coverage. Of course, the initial facts of his life, the real content of his books - is the basis for forming any idea of it. However, the image, the more - the political image - is always active symbolization of the facts of reality, and vigorously and address broadcast by the public.

The relevance of this work lies in the fact that at the present time, thanks to the widespread introduction of media technology in our lives, not only public persons, but in general every modern person needs to carefully control the process of forming its image. And this is the best study will help shape and form the image definitely media persons.

The purpose of this work - to study the modification of the political image of the writer associated with the myth-making, for example literary journalism and literary texts.

Research methods: analysis of literature, analogy, the method of generalization and synthesis.

The object of study - the authoritative texts of the Belarusian and Russian writers with typical image: S. Prilepin, S. Shargunov, V. Karatkevich, A. Sys, as well as texts in the media about them.

Subject of research - mythologizing as the ratio of fact and fiction to create a political image of the writer in journalism and literary texts.

Analysis of images of Z. Prilepin, S. Shargunov, W. Karatkevich and A. Sys revealed similarities and differences in the formation of images of each of the writers submitted. In the process, it has been identified in particular the media myth-making in Russia and Belarus.

Author performed this work by himself.